

Corso di Marketing Avanzato 2017

Daniela Andreini

HUBSPOT: domande per risolvere il caso

LAVORO INDIVIDUALE

1. HubSpot sta servendo il target adeguato di clienti? Dato la sua posizione di “start-up”, dovrebbe allargare il proprio obiettivo per servire qualsiasi tipologia di cliente che incontra? O dovrebbe ridurre il suo obiettivo, concentrandosi esclusivamente su uno dei due target ad oggi serviti (o gli Ollies oppure i Marketer Marys)? Oppure dovrebbe concentrarsi esclusivamente sui clienti B2B o B2C?
2. HubSpot ha iniziato a differenziare i propri prodotti alla luce di quanto appreso dai propri clienti. Dovrebbe fare di più? Dovrebbe cambiare anche la sua strategia di pricing? Il modello di prezzo del software-as-a-service (SaaS) funziona sia per i Marketer Marys che per gli Ollies? Dovrebbe HubSpot cercare di acquisire immediatamente più valore per uno di questi clienti?
3. Secondo voi, Halligan e Shah sono troppo testardi per decidere di non sviluppare nessuna attività di “outbound marketing”? O dovrebbero continuare a praticare ciò che predicano concentrandosi solo sul “inbound marketing”?
4. Qual è il tuo piano di marketing che dovrebbero adottare? Perché dovrebbero intraprendere queste azioni?

Preparatevi ad una discussione in classe e ad essere selezionati in gruppo per rispondere ad ogni domanda.

Consegna entro il 25 maggio prima dell’inizio della lezione in un documento in WORD (max 5 pagine), con eventuali allegati in Excel.

Buon lavoro

Daniela Andreini